

KURZ GEMELDET

**FÜR SIE:
FLACHER AUFTRITT**

Wer es an den Füßen bequem mag, kann sich auf die warme Jahreszeit freuen. Denn auf den Modeschauen für Frühling/Sommer 2015 zierten insbesondere flache Schuhe die Füße der Models. „Die Schuhe werden sehr sportlich und sie versprühen Leichtigkeit“, erklärt Claudia Schulz vom Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie. Slip-ons werden besonders oft zu sehen sein, so die Meinung der Experten. Sie sehen aus wie Sneaker, haben jedoch anstelle der Schnürung eine Lasche. „Slip-ons sind perfekt, wenn man viel unterwegs ist oder auf Reisen“, so Schulz. Bei den Drucken dominieren Animalprints. „Der Leo ist einfach nicht totzukriegen“, sagt Schulz. Konkurrenz bekommt er von geschorenem Kalbsleder im Zebra-Look und Schlangenoptiken. **dpa**

**FÜR IHN:
KLASSISCHER AUFTRITT**

Bei den Männern dominieren die klassischen Schuhformen. „Die Sohlen werden länglicher und schmaler“, beschreibt Claudia Schulz vom Bundesverband der Schuh- und Lederwarenindustrie den sommerlichen Herrenschuh. Gefertigt ist dieser zumeist aus Leder, allen voran aus Veloursleder. „Das wirkt lässig, passt aber dennoch sehr gut zum Anzug.“ Eine ebenfalls schicke Alternative ist der sogenannte Monk, der statt einer Schnürung mittels ein oder zwei Schnallen geschlossen wird. Auch Slip-ons und Loafer finden sich in kräftigen Blau- und feinen Grautönen am Männerfuß. **dpa**

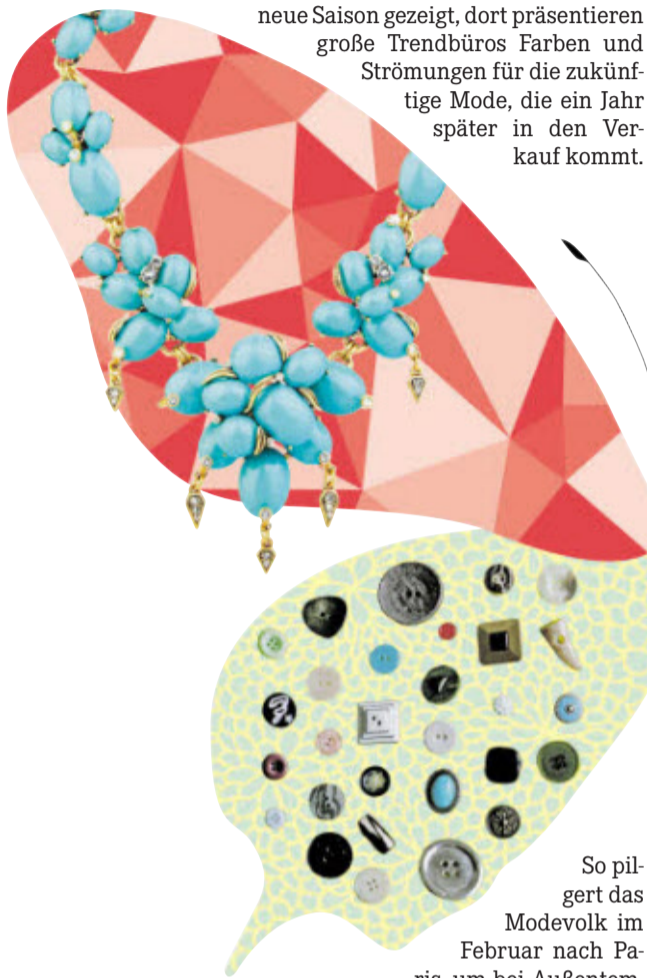


Angesagt: flache Schuhe mit Leo-Print FOTO: FLIP-FLOP

Trends im Anflug

Den Modetrends auf der Spur: Wie entstehen sie? Wo inspirieren sich Designer und Hersteller?

Der Start für die Designer in eine neue Saison beginnt mit einem Besuch auf den großen Stoff- und Garnmessen in Paris, München oder Florenz. Dort werden die Stoffe und Garne für die neue Saison gezeigt, dort präsentieren große Trendbüros Farben und Strömungen für die zukünftige Mode, die ein Jahr später in den Verkauf kommt.



So pilgert das Modevolk im Februar nach Paris, um bei Außentemperaturen von -2 Grad die neusten Sommerstoffe für den übernächsten Sommer auf der Premiere Vision, der größten europäischen Stoffmesse, ausfindig zu machen. Der Sommer 2015 ist längst in Produktion und der Winter bereits zusammengestellt. Eine verrückte Situation, in der man als Designer schnell vergessen kann, in welcher Jahreszeit man sich eigentlich befindet.

Das ganze Spektakel beginnt üblicherweise auf dem Bahnhof Gare du Nord. Dort sammelt sich eine Traube oftmals schwarz gekleideter, modischer Menschen, die sich in eine überfüllte Metro stürzen, um bis zum Messezentrum Parc des Expositions zu fahren, das außerhalb von Paris liegt. Eng und voll bleibt es beim Kampf um eine Eintrittskarte, bis man endlich die heiligen Hallen erreicht, in

denen die Trends wie ein großes Geheimnis gehütet werden. Fotografieren ist strengstens verboten, alles darf nur angeschaut werden, deshalb wird eifrig geschrieben, skizziert und die Namen der neusten Stoffe und deren Hersteller notiert. Durch fünf große Hallen mit 2000 verschiedenen Ausstellern aus der gan-



zen Welt wandernd, suchen die Kreativen - darunter namhafte Designer wie Jil Sander oder Marc Jacobs genauso wie die Designer der Modeketten von H&M bis Zara und der zahlreichen kleinen Labels - Stoffe, Knöpfe und Bänder. Jeder versucht, die passenden Materialien für seine Kollektionen zu finden.

Große Farbkarten, Stimmungsbilder und Filme zeigen die Richtung, in die sich der Trend 2016 bewegen wird. Entsprechende Literatur wird zum Kauf angeboten. Orientierung geben auch die anwesenden Trendagenturen. Das Angebot erstreckt sich über Vorträge bis hin zu den heiß begehrten Styleguides. Diese Trendbücher präsentieren gebündelt die internationalen Beobachtungen der Trendscouts. Diese suchen weltweit Trends, sowohl auf der Straße als auch im Internet auf Fashionblogs; insbesondere suchen sie Personen, deren

Stil herausragend ist. Heutzutage fotografieren Modelblogger Outfits auf der Straße und zeigen, was sie selbst anhaben, und stellen ihre Ergebnisse ins Netz. Wer heute halbwegs informiert sein möchte, hat es leicht. Was in den internationalen Metropolen en vogue ist, kann jeder via Internet in Echtzeit mitverfolgen. Doch nicht nur hier werden die Karten neu gemischt, auch in den Modelagenturen macht sich das Kommunikationszeitalter bemerkbar.

Schaut man etwa auf die Website der New Yorker Modelagentur models.com, wird das Ranking in den sozialen Netzwerken angezeigt. Model Kendall Jenner liegt an der Spitze mit mehr als 19 Millionen Followern auf Instagram. Dass der Wert eines Models sich mitunter aus der Anzahl der Follower zusammensetzt, wäre vor wenigen Jahren noch undenkbar gewesen. Für Modeunternehmen ist das Investieren in soziale Medien ein wichtiges Marketinginstrument geworden. Modelblogger sprechen eine modeaffine, kauffreudige Zielgruppe an. Sie setzen die Kleidung gekonnt in Szene und tragen sie bei Veranstaltungen mit hoher Fotografendichte. Sie sind perfekte Werbeträger.

Trends passieren einfach, „sie entstehen auf der Straße“, erläutert die Trendforscherin Li Edelkoort. Und zwar immer dann, wenn die Menschen plötzlich dieselbe Wellenlänge haben und danach handeln. Im Gegensatz zu Moden sind Trends langfristige Strömungen, die meist erst einmal unter der gesellschaftlichen Oberfläche und in Subkulturen leben, ehe sie auf einmal die Massen erfassen und zwischen fünf und 30 Jahre andauern können, wie man etwa an dem Wellnesstrend beobachten kann.

Wo und wie der Zeitgeist greift, bestimmen die Konsumenten selbst, also wir. Könnte man Trends einfach erfinden, würden Marketingmanager dies mit Begeisterung tun und nicht für viel Geld Trendagenturen anheuern, die jede neue Entwicklung so früh als möglich aufspüren. Wirtschaftliche, soziale und vor allem mediale Einflüsse - siehe Fifty Shades of Grey - lösen einen Boom aus und spielen bei der Entstehung, Verstärkung und der Verbreitung von Trends eine tragende Rolle.

Am Ende feiern Modemagazine die Trends, Werbekampagnen stellen sie in den Mittelpunkt und Modelblogger erklären sie zu ihren Lieblingsteilen. Ungefähr sechs Wochen benötigen große Modeketten wie Zara, Mango oder H&M, um die Laufsteg-trends von Haute Couture und Prêt-à-porter umzusetzen. Wir dürfen also auf die Umsetzung gespannt sein ... **Dagmar Armbruster**

ILLUSTRATION: NILS OETTLINFOTOS: OSCAR DE LA RENTA / DPA / BUTTERFLY 08 (PHOTOCASE.DE) / JIMMY CHOO

Ulrike
Mode für Sie und Ihn

Ulrike Baumgartner
Hauptstraße 41
79837 St. Blasien
☎ 07672-90404

FASCINATOR & HÜTE

ETCETERA
Grüsswälderstrasse 19
79098 Freiburg
www.etceteraantik.com

RENÉ
MODE FÜR FRAUEN AB
GRÖSSE 44-60

UNTERLINDEN 10
79098 FREIBURG
TEL. 0761 / 28 17 18
www.renemode.de

40 Jahre
Alma
SCHUHE

... die neue Mode ist da!

Jana 29,90
Marco Tozzi 49,90
S. Oliver 39,90
Jane Klein 29,90

Große Auswahl-Preiswert!
Maulburg direkt an der B317
Müllheim - Rheinfelden - Weil

Die neue Kollektion ist da!

Größen 34 - 44

Mode+Lederladen
Lange Straße 64 · 79183 Waldkirch · Tel. 07681 / 4779315

Neue Frühjahrskollektion eingetroffen!

Immer für eine Überraschung gut

coccolí

Italienische Mode, Schuhe + Accessoires
Grabenstraße 22, 79539 Lörrach, Fon +49 76 21 168 52 11
welcome@coccolí.de · www.coccolí.de